

¿Ayudarán las redes sociales a ganar la elección?

Marzo 31, 2012 Eduardo Rodríguez Soto (@LaloEduardoMx)



Serán **90 días de campaña** rumbo a la **Presidencia de la República** y la pregunta es: ¿Twitter, Facebook o YouTube **ayudarán a ganar la elección**? La respuesta es **no**.

El número de seguidores en Twitter, los *Likes* en Facebook o el número de reproducciones en YouTube **no significan votos**, concluyeron especialistas en el foro “**Las redes sociales y el proceso electoral federal**” que realizó el IFE y el Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México.

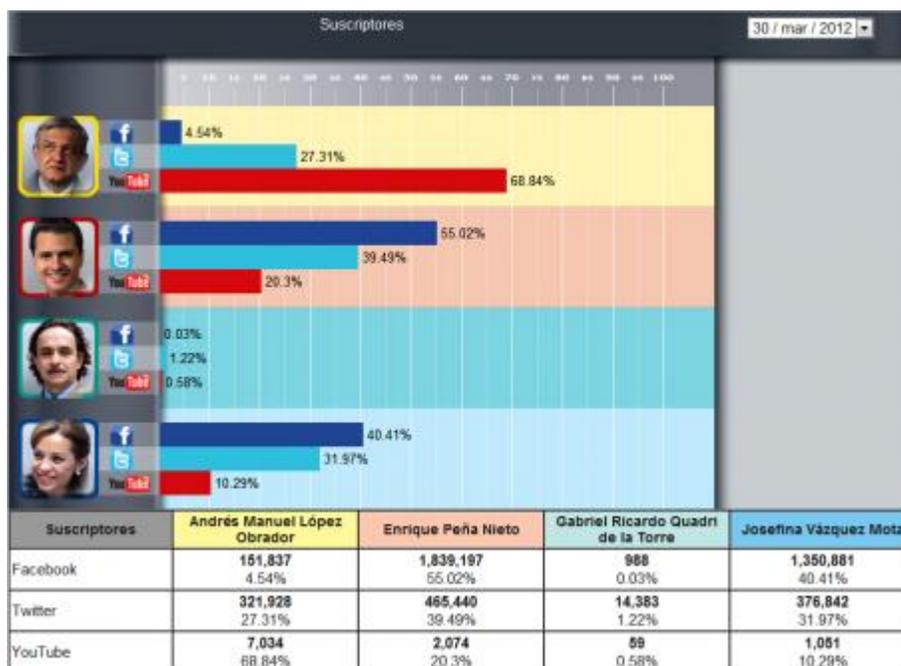
A decir de **Raúl Trejo Delarbre** (@ciberfan), investigador del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM y de **María Elena Meneses Rocha** (@marmenes), investigadora del Departamento de Estudios Culturales del Tecnológico de Monterrey, hay que **tomar con cautela** la idea que **las redes sociales** resolverán el proceso electoral que inicia. Estas **no son decisivas** para ganar una elección, pero de ninguna manera pueden eludirse.

Sí, las **estrategias políticas de partidos y candidatos** contemplan desde hace tiempo el uso de las redes sociales. Esta vez las **propuestas de campaña** saltarán con mayor intensidad de los medios tradicionales a la red de redes. Pasaremos **de las plazas públicas** y los mítines **a los 140 caracteres**, los *post* en Facebook, las imágenes en Instagram o videos en YouTube.

Serán las **primeras elecciones presidenciales en Twitter** que observaremos en México.

De acuerdo con el **Observatorio Electoral** (@electoral2012mx) del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, Andrés Manuel López Obrador lidera en número de

suscriptores en YouTube; Enrique Peña Nieto en Facebook y Twitter y Josefina Vázquez Mota supera al político de izquierda en estas dos últimas redes. Aquí la gráfica:



Fuente: Observatorio Electoral 2012 de la UNAM

¿Electores *geek*?

De las más de **77 millones de personas** que podrán votar el 1 de julio, entre **13 y 14 millones** son jóvenes de **18 a 24 años de edad** que usan las redes sociales, señaló en el foro **Marco Antonio Baños**, consejero del **IFE** y, a diferencia de los académicos, sugirió que este sector del padrón definirá la elección.

Sin embargo, datos presentados por la investigadora **María Elena Meneses** revelan que a los jóvenes que usan las redes sociales les importa poco la política: **55%** de los usuarios de **Facebook** no están interesados en asuntos políticos y el **50%** de quienes están en **Twitter**, tampoco. De ahí la importancia que les hablen en sus propios términos, apunta.

Por su parte, **Manuel Tamez** ([@ManuelTamez](#)), presidente de la **Asociación Mexicana de Internet** ([@AMIPCI](#)), estima que para el día de la elección habrán en México **46 millones de usuarios** conectados a la red, y destacó que **Internet** es hoy lo que fue la televisión en 1960 cuando cambió el modo de hacer propaganda política. Al día, por ejemplo, una persona dedica **4.12 horas** a navegar en Internet.

Y mientras más *smartphones* haya en el país aumentará el tiempo que los mexicanos pasen en internet. Hay al menos 90 millones de teléfonos celulares en el país.

Los políticos y las redes sociales

Las redes sociales son una herramienta y no un ente que capitalice cien por ciento el voto. Como hemos referido en [Los presidenciables en Twitter](#), estar en ellas no hará ganar la elección al político pero no tener presencia sí podría perjudicarlo.

En [opinión de especialistas](#), los políticos mexicanos y sus estrategias en redes sociales han subestimado a los usuarios. No existe interacción fluida ni medidas de comunicación que los haga partícipes y los involucre en la campaña. Por el contrario, la estrategia consiste en generar la percepción de popularidad y sólo comunicar propuestas e informar sobre su agenda.

Y no conformes con ello, se valen de bots (cuentas falsas en Twitter o Facebook que los elogian y que critican a sus adversarios). En los 140 caracteres hay bots que son creados para incrementar el número de seguidores de los candidatos (no tienen perfil ni avatar); existen otros llamados *trolls* que tuitean para atacar al adversario o compartir notas o datos favorables y pueden llevar un tema a los Trending Topic (generalmente cuentan con perfil y una foto falsa).

¿Para crear un bot se necesita un experto? No. Ya hay páginas en las que puedes crear el tuyo y programarlo para que envíe tuits, retuitee e incluso responda. Aquí te decimos [cómo puedes hacer el tuyo](#). Y aquí te damos [tips para cazar a uno o a unos cuantos](#).

Y sí, hay bots de carne y hueso. Les pagan, por medio tiempo, entre 3 y 5 mil pesos al mes por manejar hasta 50 cuentas, refiere la investigadora **María Elena Meneses**.

¿De qué servirán los bots en el proceso electoral? Sólo para promover la guerra sucia, infiere la académica del Tecnológico de Monterrey, y enfatiza: las redes sociales deben servir para ensanchar la democracia.

¿Regular las redes sociales?, imposible, pero sí pueden sancionarse las difamaciones y calumnias siempre y cuando se identifique que provienen de algún partido político, dijo el consejero del IFE Marco Antonio Baños.

Pero “mucho ruido y pocos votos” espera de los bots el académico de la UNAM Raúl Trejo.